

PROPOSITION D'AFFAIRES

TABLE DES MATIÈRES**MODULE 8 PROPOSITION D'AFFAIRES**

Introduction	3
Les avantages de la proposition écrite	4
Le rationnel d'une proposition d'affaires	5
Guide de conception de la proposition d'affaires	6
Lettre de présentation	6
Page titre	8
Table des matières	11
Compréhension du mandat	12
Analyse de la situation ou méthode actuelle	13
Solution proposée	15
Liste des produits et services proposés	15
Considérations financières	17
Calendrier d'implantation	19
Conclusion	21
Annexe	22
Critique de votre proposition	23

OBJECTIFS

À la fin de ce module, le participant :

- aura pris conscience de l'utilité de la proposition d'affaires ;
- sera en mesure de rédiger une proposition d'affaires pour un produit ou un service de son choix.

INTRODUCTION

Lorsqu'une entreprise décide d'acheter un produit ou un service quelconque, plusieurs facteurs interviennent dans le processus de décision :

- les objectifs à rencontrer,
- les frais encourus,
- le temps nécessaire à la réalisation,
- etc.

La proposition d'affaires a donc pour but de présenter au client une solution complète qui répondra à ses besoins.

La proposition d'affaires s'utilise surtout dans le cas de produits ou de services :

- qui impliquent une somme importante;
- qui peuvent être modifiés selon les besoins du client;
- qui sont relativement complexes.

LES AVANTAGES DE LA PROPOSITION ÉCRITE

POUR VOUS

Parce qu'un écrit reste, la proposition donne un poids supplémentaire à tous vos arguments et votre client respectera l'autorité des «choses écrites noir sur blanc».

C'est une preuve tangible du sérieux de votre analyse de la situation et de votre engagement pour les résoudre.

Elle guide votre argumentation verbale lorsque vous irez finaliser la vente.

Elle vous permet de mieux comprendre la situation de votre client et de lui proposer une solution plus appropriée, ce qui augmentera la possibilité d'être acceptée.

Elle va continuer de vendre après votre départ auprès de ceux que vous ne réussirez pas à voir et qui peuvent influencer la décision.

Elle vous permet de convaincre plusieurs personnes à la fois, avec la même argumentation, sans vous épuiser ou vous contredire.

Elle va conserver bien fraîche la force de vos arguments lorsque la compétition essaiera de la contredire ou de déformer les faits à son avantage. Vous pouvez également servir de norme.

POUR VOTRE CLIENT

Parce qu'un écrit reste, la proposition lui donne des arguments plus sérieux lorsqu'il ira vendre votre proposition à ses supérieurs.

C'est une preuve tangible du sérieux de votre compréhension de la situation et de la recherche que vous avez menée pour proposer la solution idéale pour sa compagnie.

Elle lui permet de mieux comprendre ses problèmes et de proposer une meilleure solution à ses patrons, même s'il ne connaît rien au domaine.

Elle lui permet de vendre à ceux qu'il ne peut atteindre facilement et qui vont lui demander son opinion à brûle-pourpoint.

Elle lui permet de convaincre plusieurs personnes à la fois avec les mêmes arguments, ce qui facilitera un consensus si la décision est collégiale.

Par sa diffusion, elle va forcer une décision et assurer que le crédit ira à qui de droit à l'intérieur de la compagnie.

LE RATIONNEL D'UNE PROPOSITION D'AFFAIRES

La proposition d'affaires est un outil de vente et fait suivre, à son lecteur, une démarche semblable à celle qu'un représentant propose à ses clients.

Il faudra donc retrouver dans la proposition d'affaires une dimension affective et une dimension intellectuelle comme dans toute vente. Par comparaison à une argumentation verbale, la proposition écrite sera cependant plus rigoureuse intellectuellement et plus discrète au niveau affectif.

C'est en fait l'avantage de cet outil d'être plus rigoureux qu'une improvisation verbale; une proposition a donc une valeur dans la mesure où elle est préparée avec soin et organisée après mûre réflexion.

Elle a un maximum d'impact, si acheter votre produit ou votre service est une décision objectivement rationnelle et qu'elle peut aider le client à suivre la démarche d'une prise de décision. Il ne faut donc pas se surprendre qu'une proposition d'affaires reproduise autant que possible les étapes d'une prise de décision et que le texte invite implicitement et explicitement le client à agir rationnellement :

1. Perception et définition du problème.
2. Détermination des objectifs.
3. Choix du ou des critères de décision.
4. Étude des choix possibles.
5. Évaluation des ressources.
6. Sélection du choix optimal.

Au plan affectif, la proposition doit contenir les éléments de l'AIDA. Le lecteur doit être capté au départ et son intérêt doit être maintenu le temps qu'il passe à travers l'analyse de la situation. L'analyse de la situation doit créer chez lui, le désir de réagir et la conclusion doit lui donner cette assurance qui permet de passer à l'action. Le ton varie donc avec les étapes et c'est le moment de la démarche qui le détermine.

GUIDE DE CONCEPTION DE LA PROPOSITION D'AFFAIRES

Une proposition d'affaires bien structurée devrait au moins contenir les éléments suivants :

- une lettre de présentation;
- une page titre;
- une table des matières lorsque le nombre de pages le justifie;
- une introduction;
- une analyse de la méthode actuelle, des besoins et la formulation des objectifs;
- une solution au problème ou une description de la méthode proposée;
- une liste des équipements requis ou un résumé des services nécessaires;
- un tableau des considérations financières (les coûts);
- un calendrier d'implantation ou un échéancier de réalisation;
- une conclusion comprenant le résumé des avantages correspondant aux objectifs de l'étude;
- une ou des annexes.

LETTRÉ DE PRÉSENTATION

Elle doit être adressée à la personne qui vous a fait la demande d'une proposition d'affaires.

LE CONTENU

Le premier paragraphe devrait de façon très générale donner un aperçu du contenu de votre proposition.

Pour le second paragraphe, vous choisissez entre :

- expliquer comment votre produit ou service peut solutionner les problèmes du client;
- une vue d'ensemble des objectifs poursuivis par le client.

Le troisième paragraphe sert à remercier le client pour l'intérêt, l'attention ou la collaboration obtenue des employés de l'entreprise.

Le dernier paragraphe précise la suite des actions qui seront entreprises et le moment où elles le seront.

Exemple

Date

Nom du client

Titre

Entreprise

No et rue

Ville, province et code postal

OBJET :(EX. : Projet d'augmentation de la sélection de produits alimentaires pour les bébés.)

Madame ou Monsieur,

Suite à notre dernière rencontre, vous trouverez, ci-joint, une proposition d'affaires que vous et votre clientèle apprécierez grandement.

Afin de conserver votre clientèle, vous désirez augmenter la qualité et la variété des produits pour bébés. De plus, la formation de votre personnel se révèle un point important pour bien conseiller vos clients. La proposition d'affaires ci-jointe peut vous y aider.

Nous profitons de l'occasion pour vous remercier de la confiance témoignée envers Les Aliments Bonne Bouffe et vous assurons que tout sera mis en œuvre pour répondre à vos besoins.

Suite à la lecture de ce document, vous serez en mesure de constater que nous pouvons répondre efficacement à vos attentes. Nous vous contacterons sous peu afin de décider ensemble de la prochaine étape à franchir.

Au plaisir de travailler ensemble.

Signature

Votre nom

Votre titre

Votre entreprise

p.j. : Proposition d'affaires

PAGE TITRE

Les éléments à retrouver sur la page titre :

- Le nom de l'entreprise pour qui l'étude ou la proposition d'affaires a été exécutée. Si vous le pouvez, il est bon d'y insérer le logo de l'entreprise de votre client.
- L'objet de la proposition d'affaires
Identification des éléments à l'étude. Ex. : étude des besoins en transport, étude du mode de gestion, du système comptable, projet de formation, etc.
Autant que possible, adaptez-le au client et à son industrie.
- La date
La date à laquelle vous présenterez le document. Ce sera utile à titre de référence.
- Votre firme
Le nom ou le sigle de la firme par qui la proposition est effectuée et présentée ainsi que votre nom et votre titre.

Attention :

Le nom de la compagnie de votre client doit toujours dominer la page titre.

Le nom de votre compagnie au bas de la page doit toujours être là discrètement

Cette page fait partie du document mais ne doit pas être numérotée ni être inscrite dans la table des matières.

Exemple n° 1 :

NOM DE L'ENTREPRISE À QUI VOUS FAITES LA PROPOSITION D'AFFAIRES

OBJET DE LA PROPOSITION D'AFFAIRES

DATE

RÉALISÉ PAR :
Votre entreprise
Votre nom
Votre titre

EXEMPLE N° 2 :

Marché d'alimentation Les ② Frères

Projet d'augmentation de la sélection de produits alimentaires pour les bébés

Le 22 mars 2007

Réalisé par :
Les Aliments Bonne Bouffe
Jean-Louis Petits Fours
Représentant

TABLE DES MATIÈRES

La table des matières est justifiée lorsque la proposition dépasse quelques pages. Elle doit être centrée sur la feuille et reprendre les mêmes titres que ceux se retrouvant à l'intérieur de la proposition.

Exemple :

Table des matières

Compréhension du mandat.....	3
Analyse de la situation ou de la méthode actuelle.....	4
Solution proposée.....	5
Liste des produits et des services proposés.....	6
Considérations financières.....	7
Calendrier d'implantation.....	8
Conclusion.....	9
Annexe A.....	10
Annexe B.....	11

COMPRÉHENSION DU MANDAT

L'introduction doit situer la proposition d'affaires dans son contexte en indiquant les raisons pour lesquelles elle a été faite et les buts généraux qu'elle entend atteindre. Cette introduction doit être courte, précise et incitative afin que le prospect ait envie d'en savoir davantage. Il est préférable d'employer compréhension du mandat comme titre de la page.

Exemple :

COMPRÉHENSION DU MANDAT

L'analyse des besoins en nouveaux produits a été effectuée à la demande de Monsieur Jean Veux plus, directeur des ventes au Marché d'alimentation Les 2 Frères. La proposition suivante établira clairement la situation actuelle ainsi que les objectifs poursuivis par l'entreprise. De plus, il sera démontré que les produits et les services proposés peuvent contribuer à leurs atteintes. Finalement, les gains possibles suite à l'ajout de nouveaux produits seront examinés de près.

ANALYSE DE LA SITUATION OU MÉTHODE ACTUELLE

Cette section sert à décrire la situation telle qu'elle est présentement. Elle prépare la section suivante qui sera la solution proposée pour améliorer la situation. Il faut donc bien faire ressortir les besoins et/ou les lacunes de la méthode actuelle sans devenir hautain, grossier ou sarcastique.

Selon ce que vous vendez, un produit ou un service, différentes possibilités s'offrent à vous:

- Analyse des besoins ou de la situation de l'entreprise;
- Description des méthodes utilisées et des limitations associées;
- Liste des équipements utilisés et des problèmes qui s'y rattachent.

L'exemple suivant s'applique à la vente de produits.

Exemple :

ANALYSE DE LA SITUATION

Suite aux dernières recommandations du Guide alimentaire canadien pour l'alimentation des nouveaux nés, les produits que vous proposez à votre clientèle ne correspondent pas aux besoins actuels du marché. Le manque de variété et de nouveauté affecte grandement votre commerce. De plus, le manque d'information sur les nouvelles normes diminue la qualité du service à la clientèle.

Plusieurs conséquences découlent de cette situation:

- Baisse de l'achalandage;
- Diminution des ventes;
- Augmentation des pertes dues à des produits périmés.

Les objectifs de cette proposition d'affaires consistent à:

- Offrir une plus grande variété de produits;
- Retenir la clientèle existante;
- Attirer de nouveaux clients;
- Fidéliser la clientèle.

L'exemple suivant s'applique au remplacement de machinerie.

Exemple :

Méthode actuelle

Présentement votre entreprise utilise des machines Wolverine modèle X180 ainsi que des Kujitsu modèle Rdb 411. Cette machinerie fut achetée en 1999 et a su répondre adéquatement à la demande de production des dernières années. Le vieillissement de la machinerie, jumelé aux nouvelles exigences de votre clientèle vous demande de moderniser vos équipements.

Objectifs

La modernisation de votre machinerie vise plus particulièrement les points suivants :

- Augmenter la qualité de vos produits
- Satisfaire les demandes de votre clientèle;
- Accroître la production;
- Améliorer la sécurité de vos employés.

SOLUTION PROPOSÉE

Cette section devrait comprendre :

- Une série de recommandations présentées dans un ordre logique ;
- ou
- Un plan des services requis.

Exemple :

Solution proposée

Après avoir analysé la situation et en regard des objectifs souhaités, nous avons retenu la solution qui présente les plus grands avantages pour votre entreprise. Les étapes requises pour mettre en place cette solution sont les suivantes :

1. Ajout de la nouvelle gamme de produits Les Aliments Bonne Bouffe ;
2. Formation du personnel ;
3. Installation d'affiches dans les vitrines;
4. Dégustation et distribution de coupons rabais.

La liste détaillée des produits et services sera présentée à la prochaine section.

LISTE DES PRODUITS ET SERVICES PROPOSÉS

VENTE D'UN PRODUIT OU D'UN SERVICE

Vous décrivez ici les services offerts, les équipements ou les produits nécessaires à la réalisation de la proposition. Il vous faut aussi montrer comment ils correspondent à la solution du problème.

En plus de montrer comment votre produit ou votre service va satisfaire ses besoins particuliers, vous pouvez référer aux dépliants publicitaires que vous joignez en annexe. Ne joignez que la description des appareils requis dans ce cas particulier. Si votre proposition comporte plusieurs alternatives, vous devez distinguer clairement les équipements qui correspondent à chacune des alternatives.

Si vous ne fournissez pas tous les équipements, mentionnez ceux que vous ne fournissez pas et montrez comment ils complètent les vôtres. Vous devrez aussi vendre ces équipements dans la mesure où la solution que vous proposez vous lie à eux; prenez cependant garde de vous engager trop loin dans ce sens.

EXEMPLE :

Liste des produits et services

- Assortiment de galettes de riz pour bébé *
- Assortiment de fruits et légumes soufflés *
- Céréales biologiques **
- Pots de purée biologique **
- Formation sur les nouveaux produits
- Dégustations
- Affiches de 72 pouces par 72 pouces

* Voir annexe A

** Voir annexe B

CONSIDÉRATIONS FINANCIÈRES

Il est important de bien détailler tous les coûts se rattachant à la section précédente. Ces coûts peuvent inclure les frais suivants:

- Prix des produits (de vente ou de location);
- Conditions de reprise d'équipement;
- Adaptation du logiciel;
- Équipements et fournitures connexes;
- Assurances;
- Frais et conditions d'installation;
- Permis à venir;
- Entraînement et recyclage du personnel;
- Remplacement temporaire des employés;
- Taxes et frais de douanes;
- Frais de transport;
- Ententes de service;
- Conditions de paiement;
- Garanties;
- Arrêts de production.

Dans certains cas particuliers, il faudra aussi être prêt à justifier un « manque à gagner » durant la période d'installation ou de rodage.

Exemple :

Considérations financières

Le tableau ci-bas contient tous les coûts reliés à l'atteinte de vos objectifs.

Produits et services	Quantité	Prix	Total
Galettes de riz soufflé	2 caisses (300 unités pc*)	450\$ / caisse	900\$
Fruits et légumes	2 caisses (240 unités pc*)	460\$ / caisse	920\$
Caisse de céréales biologiques	2 caisses (380 unités pc*)	950\$ / caisse	1900\$
Caisse de purée biologique	4 caisses (120 unité pc*)	20.40\$ / caisse	81.60\$
Formations des employés	2 heures	inclus	inclus
Livraison		100.00\$	100\$
Dégustation	2 X 3 heures	250.00\$	Inclus
Affiches	6 affiches 72x72	25\$ chacune	Inclus
Sous total :	-----	-----	3901.60\$
TPS	-----	-----	234.10\$
TVQ	-----	-----	289.50\$
Grand total :			4425.19\$

*pc est l'abréviation de par caisse

CALENDRIER D'IMPLANTATION

Il s'agit essentiellement de proposer à votre client une marche à suivre systématique et fixée dans le temps. En tenant compte des politiques et des disponibilités de votre compagnie en matière d'inventaire, livraison et service, vous pourrez construire un calendrier précis des opérations.

Cette étape prend la dimension d'un engagement de la part de la firme que vous représentez et souvent, vous permettra d'obtenir un accord de principe.

Le fait de retrouver un tel calendrier dans votre proposition « soulagera » le client comme le fait un « mode d'emploi » pour le consommateur.

Ayez cependant soin de vous laisser une certaine latitude. Dans la plupart des cas, **il vaut mieux livrer deux jours d'avance qu'une demi-heure en retard.**

Ayez soin de tenir compte de toutes les étapes et prévoyez au calendrier certaines dates de réévaluation après l'implantation. Ceci aura pour effet de sécuriser un client hésitant quant au sérieux de votre firme.

Présentez-le de la façon la plus schématique possible. Utilisez un tableau ou un graphique.

Exemple :

Calendrier d'implantation

Dès la réception de votre autorisation pour procéder à la commande, le calendrier ci-bas vous indique les étapes à venir.

SEMAINE DU 2 JUILLET					
	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
LIVRAISON					
FORMATION					
INSTALLATION					
DÉGUSTATION					

	JAN	FÉV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN
PUBLICITÉ TV						
RADIO						
PROMOTION						
CONCOURS						

	JAN	FÉV	MARS	AVRIL	MAI	JUIN
LIVRAISON DES VÉHICULES	3		2		1	
ENTRETIEN / SUIVI						
RÉPARTITION DE L'INVESTISSEMENT		30%		20%		50%

CONCLUSION

L'énoncé des avantages devra être effectué en fonction des priorités que vous aurez perçues pour le client. L'énoncé reprend les solutions que votre compagnie est en mesure de fournir au client compte tenu des besoins ou des problèmes identifiés dans l'étude.

- **Identifiez les avantages** prioritaires à court terme et décrivez brièvement quelques éléments de preuve.
- **Énoncez les avantages** à long terme en les justifiant en termes généraux.
- **Synthèse de l'étude**
Il s'agit de résumer les grandes lignes du problème et de la solution proposée en rappelant les avantages économiques de l'opération.
- **Résumé des principaux avantages**
Il s'agit de montrer les avantages qui vont découler de l'opération proposée.

Conclusion

Une association entre votre entreprise et la nôtre se veut pour vous un gage de succès dès les premières commandes puisque:

- les Aliments Bonne Bouffe vous proposent une diversification de nourriture et collations pour bébé qui à court terme stoppera l'exode de la clientèle ;
- l'installation des affiches attirera des nouveaux clients qui peuvent devenir à long terme fidèles à votre supermarché ;
- les dégustations vous procureront des ventes supplémentaires et, à nouveau, des clients heureux.

ANNEXE

Cette section vous est réservée pour y inclure toute documentation additionnelle jugée nécessaire.

- Les résultats de l'étude.
- Brochures de vente ou des techniques.
- Tableaux de références.
- Études comparatives.
- Lettres de témoignages.
- Des exemples de rapports informatisés.

Elle sert d'appui à votre présentation: on y retrouve les sources de votre argumentation et aussi, des faits additionnels. Toute documentation incorporée à l'annexe doit avoir un lien avec votre proposition.

EXEMPLE :

ANNEXE A

Assortiment de galettes de riz pour bébé

Une caisse contient 300 unités et la répartition des saveurs se fait comme suit :

30 galettes à saveur de brocoli;
30 galettes à saveur de courge;
50 galettes à saveur de fromage;
50 galettes à saveur de fraises;
50 galettes à saveur de banane;
50 galettes à saveur de kiwi;
40 galettes nature.

Chaque galette est emballée individuellement.

CRITIQUE DE VOTRE PROPOSITION

- Est-elle concise, directe et écrite en langage simple?
- Remercie-t-elle ceux qui vous ont aidé à la rédiger?
- L'objectif est-il clair et précis?
- Le problème à résoudre est-il clairement établi?
- Est-il compréhensible pour votre client?
- La solution proposée est-elle la meilleure?
- Les avantages de la solution correspondent-ils aux objectifs?
- Votre proposition peut-elle soutenir une critique dure?
- Utilisez-vous des graphiques pour simplifier la présentation?
- Contient-elle des parties inutiles?
- Démontre-t-elle tous les avantages de votre produit ou service?
- Démontre-t-elle tous les avantages de votre compagnie?
- Est-elle convaincante?
- Les documents nécessaires sont-ils en annexe?